

媒体知识分子研究——以凤凰卫视《锵锵三人行》为例

温
晔

指导教师

阎立峰
教授

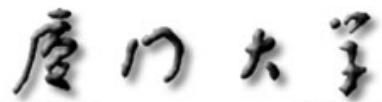
厦
门
大
学

学校编码：10384

学 号：10520081153144

分类号_____密级_____

UDC_____



硕 士 学 位 论 文

媒体知识分子研究

——以凤凰卫视《锵锵三人行》为例

Media Intellectuals Study:Illustrated By The Example
Of “Qiang Qiang San Ren Xing”

温 晔

指导教师姓名： 阎 立 峰 教 授

专 业 名 称： 新 闻 学

论文提交日期： 2011 年 4 月

论文答辩日期： 2011 年 月

学位授予日期： 2011 年 月

答辩委员会主席：_____

评 阅 人：_____

2011 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为()课题(组)的研究成果,获得()课题(组)经费或实验室的资助,在()实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

（ ） 1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

（ ） 2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日

摘要

二战结束之后，以电视为代表的大众传媒在西方飞速发展，并逐渐建立起一个庞大的媒体消费市场。一方面市场对知识分子产生了需求，另一方面知识分子被媒体巨大的影响力所吸引，开始介入大众传媒，在这一背景下，媒体知识分子应运而生。上世纪 90 年代，中国的大众媒体也开始了产业化进程，时至今日已蔚为大观，而在这一过程中诞生的中国媒体知识分子无疑是一个值得研究的现象。

本文选择《锵锵三人行》作为研究文本，在总结已有的媒体知识分子研究成果的基础上，试图加深对这一群体的理解，讨论的主要问题包括：媒体知识分子的产生过程，媒体知识分子的概念与构成，他们的话语方式，以及他们与大众传媒的关系等。通过对上述问题的分析，了解媒体知识分子的作用与影响，掌握这一群体的特性，使我们能够以一种清晰的态度去观察他们，而媒体知识分子也可以将本文作为一个参照来审视自己。

本文形成的主要观点如下：媒体知识分子是大众传媒时代的必然产物，知识分子只要介入大众传媒即为媒体知识分子；对于媒体知识分子不能简单地肯定或否定，评判标准在于他们是与传媒逻辑保持一致还是仍然具备独立思考的能力；与传统知识分子相比，媒体知识分子承担的责任和发挥的作用都要小得多，但知识分子精神却应该得到传递。

关键词：知识分子；大众传媒；锵锵三人行

Abstract

After World War II, the booming of mass media in western world (represented by the popularity of television) gave rise to a remarkable market with numerous media consumers. On one hand, the market initiated the demand for intellectuals; on the other hand, intellectuals were attracted by the huge influence media could exert and began to get involved in mass media. Media intellectuals came into being in response to this context. As mass media in China began the process of industrialization in 1990s' and achieved great success these days, media intellectuals born in this process should be noted and studied.

Based on previous literature on media intellectuals, this study attempts to gain more insights of the colony with a text analysis of the program “Qiang Qiang San Ren Xing”. Through the analyses of following issues: the birth of media intellectuals, the concept and constitution of media intellectuals, their mode of discourse, and their relationships with mass media, the study expects to learn about the characteristics, function and influence of media intellectuals and furthermore, endow the public with an explicit standpoint to observe them. On the other hand, media intellectuals could also evaluate themselves with the results of the study as a frame of reference.

The study reaches the following conclusions. First of all, media intellectual is an essential product in the age of mass media. The moment they get involved in mass media, media intellectuals they become. Secondly, media intellectuals shall not be readily approved or denied. The standard for judgment should be whether they keep step with traditional concepts or they still possess the capability to think independently. Thirdly, although media intellectuals take less responsibilities and exert less influence compared to traditional intellectuals, the core merits of intellectuals should be delivered by them.

Key Words: Intellectuals; Mass Media; Qiang Qiang San Ren Xing

目 录

1 绪论	1
1.1 研究背景与选题缘由	1
1.2 研究问题与意义	2
1.3 研究方法	3
1.4 文献综述	4
2 知识分子与媒体知识分子的概念及特征	8
2.1 知识分子	8
2.2 媒体知识分子	14
3 《锵锵三人行》中的媒体知识分子.....	21
3.1 《锵锵三人行》栏目综述	21
3.2 媒体知识分子谈论的话题类型	22
3.3 媒体知识分子的身份构成分析	25
4 媒体知识分子话语研究.....	31
4.1 话语方式	31
4.2 个案分析——梁文道、许子东	36
5 结语	40
参考文献:	44
后记	46

Content

1 Introduction.....	1
1.1 Background and Basis of the Subject	1
1.2 Research Questions and Significance of the Study	2
1.3 Method.....	3
1.4 Literature Review	4
2 Concept and Characteristics of Intellectual and Media Intellectual..	8
2.1 Intellectual.....	8
2.2 Media Intellectual.....	14
3 Media Intellectuals in “Qiang Qiang San Ren Xing”.....	20
3.1 General Introduction of “Qiang Qiang San Ren Xing”	20
3.2 Categorization of Topics among Media Intellectuals	21
3.3 Analysis of Status of Media Intellectuals	24
4 Study on the Discourse of Media Intellectuals.....	30
4.1 Mode of Discourse	31
4.2 Case Study——Liang Wen-Dao, Xu Zi-Dong.....	36
5 Summary	40
Reference.....	42
Epilogue.....	46

1 绪论

1.1 研究背景与选题缘由

知识分子自诞生起，就不可避免地与媒体发生了联系。作为文化生产者，知识分子必然要通过一定的载体将自己的思想传布开来。在大众媒体产生之前，书籍主要承担了这一任务，成为传播知识分子思想最重要的媒介。无论在西方还是中国，大部分古代经典都以书籍的形式保存了下来，并且得到广泛的传播，可以说，我们现在之所以能够了解古希腊先哲的思想，又或者是先秦时期诸子百家的学说，完全得益于手中切切实实掌握的文本——《理想国》抑或是《论语》。时至今日，书籍对于知识分子来说仍然必不可少。随着工业革命的完成，人类社会进入了一个崭新的时代，与此同时，知识分子与媒体产生了更为积极的联系。现代意义上报刊的出现标志着大众媒体的正式诞生，与书籍相比，报刊的出版周期较短，传达的范围更广，可以帮助知识分子快速地将自己的观点、看法送达至公众，并对公众产生影响，所谓“朝甫脱稿，夕即排印，十日之内，遍天下矣。”^①在西方，法国作家左拉等人因德雷福斯事件^②而在报刊上发表意见、宣言，最终导致了“知识分子”（intellectuals）一词的诞生。而鸦片战争之后的中国，知识分子也逐渐开始利用报刊作为传达自身理念的工具。自王韬创办《循环日报》起，到《时务报》，再到《新青年》，一批又一批的中国知识分子通过报刊来宣传自己的政治思想，为近代中国的发展做出了巨大贡献。在政论性报刊之外，商业化程度较高的报刊也与知识分子联系紧密，如《申报》与《新闻报》均有不少知识分子撰写的专栏，尤其是在上世纪 30 年代，《申报》的副刊“自由谈”成为中国杂文的中心地带，鲁迅的多篇文章都发表在上面。

以上简要回顾了古代以及近代知识分子与媒体的联系。可以看出，尽管知识

① 解弢：《小说话》，中华书局，1919 年，第 116 页。

② 德雷福斯事件发生于 1894 年，犹太裔法国陆军上尉德雷福斯因被指控出卖情报给德国，被军事法庭处以叛国罪。事后虽经证实纯属诬告，军事法庭却因德雷福斯的犹太人身份而拒绝改判，这引起左拉等知识分子和群众的抗议，并演变为一场具有深远历史意义的运动。参见伯恩斯：《法国与德雷福斯事件》，郑约宜译，江苏教育出版社，2006 年。

分子与媒体的联系十分紧密，但两者之间仍相对独立，在一定程度上，知识分子甚至占据着主导地位，他们把媒体当作工具，利用媒体来为自己服务。然而二战结束后，媒体环境发生了巨大的变化，一方面，大众传媒的市场化程度大大提高，已经成为一项独立的产业；另一方面，电视的普及率得到了极大的提升，逐渐取代报纸成为最重要的大众传媒。媒体环境的变化也对知识分子产生了深远的影响，上世纪 70 年代中期，英国广播公司（BBC）邀请了伯林、马尔库塞、奎因等十几位著名哲学家进行哲学对话与辩难，并结集为《思想家——当代哲学的创造者们》一书出版。70 年代末的中国，全国广播电视大学也开始正式授课，第一节课由著名数学家华罗庚主讲。这一时期在电视上出现的知识分子与传统的知识分子并无差别，电视只不过是他们传播知识与思想的又一种手段。但是，电视的商业化程度越来越高，在收视率这一核心理念的影响下，知识分子与电视走向了另一种结合。进入 90 年代，对于知识分子大量出现在电视上的现象，西方不少学者进行了深刻的反思与批判，其中最为著名的当属法国学者布尔迪厄，由他写作的《关于电视》更成为媒体批判的经典著作。在中国，情况则更为复杂，从上世纪 90 年代开始，中国进入了建设社会主义市场经济的新时期，大众传媒也由此开始了自身的产业化进程，并催生出了一个庞大的以媒体为中心的文化消费市场。大批的知识分子开始为电视节目担任嘉宾、顾问或评论员，在电视上开设讲坛，为报纸撰写时评，他们借助媒体扩大了自身的影响力，已经发展成为一股重要的社会力量。

当知识分子与高度商业化的媒体相结合，情况似乎发生了改变，知识分子与媒体的传统关系被打破，一种新的知识分子——“媒体知识分子”诞生了。这一群体的产生无论是对于知识分子自身，还是对于整个社会都具有深远的影响，其研究价值不可忽视。然而媒体知识分子是一个很宽泛的概念，这就需要在具体的空间内对其进行讨论，而凤凰卫视《锵锵三人行》栏目作为中国媒体知识分子集中展示的舞台，为本课题提供了一个不可多得的研究文本。

1.2 研究问题与意义

本文试图讨论的问题主要有：媒体知识分子是如何产生的，他们由哪些人构

成；媒体知识分子谈论的话题类型有哪些；他们又有着怎样的话语方式；媒体知识分子与大众媒体是何种关系，他们对这个社会发挥了什么作用、产生了何种影响。

在知识分子研究早已成为一门显学的今天，对媒体知识分子的探索必然会为其做出新的贡献。通过对上述问题的分析与讨论，在理清了媒体知识分子的作用与影响、以及他们的话语方式之后，我们将会更加深入地认识这一新的知识分子群体，了解他们的特性，对他们的言论、观点做出独立的判断。更为重要的是，我们将决定以何种态度去面对媒体知识分子，媒体知识分子又能否清晰地意识到自己所承担的责任，并将他们的影响力长久地维持下去。以上便是本文的意义所在。

1.3 研究方法

本文拟采用的研究方法主要有：文献研究法、内容分析法以及个案研究。

文献研究法主要指搜集、鉴别、整理文献，并通过对文献的研究，形成对事实的科学认识的方法。本文将详细整理与知识分子和媒体知识分子有关的重要文献，充分了解前人的研究成果，并获取一定的理论支持，从而对研究问题的讨论有所启发。

内容分析法是对研究对象进行客观、系统、量化分析的一种科学研究方法。内容分析是一种量化的分析过程，但并不表示是一种纯粹的“定量分析”，它是以传播内容“量”的变化来推论“质”的变化，因此可以说是一种“质”与“量”并重的研究方法。^①本文将《锵锵三人行》作为内容分析的对象，节目选取的时间范围是2010年全年。内容分析主要包括媒体知识分子的基本信息（如他们的性别与职业构成等），节目的题材类型（政治、经济、文化等）。

个案研究是对个人、团体、事件或其它社会单元等事物中的某一单元进行系统、深入地调查分析。本文主要以《锵锵三人行》里的具体节目和媒体知识分子典型为个案研究的对象。

① 杨国枢等（编著）：《社会及行为科学研究法》（下册），台北：东华书局，1985年，第811页。

1.4 文献综述

1.4.1 《关于电视》

在《关于电视》之前，已有不少西方学者在自己的著作中表达了对知识分子介入大众传媒这一现象的看法，如德布雷的《教师·作家·名流：近代法国知识分子》，萨义德的《知识分子论》等等。然而布尔迪厄是第一个真正将媒体知识分子作为讨论对象并进行系统阐述的人，《关于电视》是根据他在1996年5月法国巴黎一台所做的两次电视讲座整理、修改而成^①，布氏在书中深刻揭示了媒介体制对于知识分子的控制与约束，进而指出了大众传媒操纵文化生产这一实质。这本书在国内已被奉为研究“电视知识分子”的经典，书中的一些论述更成为众人引用的金科玉律，如“快思手”（fast-thinkers）与“媒介常客”等语言几乎出现在所有与媒体知识分子有关的论文中。该书对知识分子与大众传媒联姻基本上是持一种严厉批判的态度，布氏反对电视将知识分子作为提升收视率的工具，反对知识分子屈从于电视。但与此相对的是，他有条件的支持知识分子进入大众传媒，前提是知识分子必须保有自身的独立性与批判性^②，至于如何做到这一点，作者并没有在书中给出明确的答案。

1.4.2 国内对于媒体知识分子的研究

1.4.2.1 媒体上的三次公开讨论

1997年1月24日，《南方周末》做出专题“知识分子与大众传媒：爱与恨的纠缠”，并刊登了三位学者的文章，这应该是国内关于媒体知识分子的第一次较为集中的讨论，这三篇文章分别是郑也夫的《学者与电视》，包亚明的《警惕传媒》，以及徐友渔的《学学罗素》。就内容来看，三位学者都对知识分子与大众传媒的结合持怀疑态度，其中郑也夫以在电视台做策划的经历出发，指出电视是对知识分子制约最严重的媒体，但由于电视拥有庞大的受众基础以及视觉传播魅

^① 参见布尔迪厄：《关于电视》，许钧译，辽宁教育出版社，2000年，第1页。

^② 布尔迪厄认为：“抱有偏见，断然拒绝在电视上讲话在我看来是经不起推敲的。我甚至认为在条件合理的情况下有上电视讲话的‘责任’。”见《关于电视》，许钧译，辽宁教育出版社，2000年，第10页。

力，作者又不愿意与电视完全划清界限，反映出知识分子自身的矛盾心理。^①包亚明则在文中揭示了知识分子与媒体建立起“合谋关系”的原因，要求知识分子对媒体保持高度的警惕，以“避免沦为传媒炼金术的同谋”。与前面两位相比，徐友渔更加关注媒体知识分子的责任问题，他提出已经介入传媒的知识分子要以罗素为榜样，力求表达社会的整体、根本利益。

关于媒体知识分子的第二次讨论出现在2002年3月1日的《新周刊》上，该期专题“向知识分子致敬”共7篇文章，基本上都是对“知识分子”持肯定的态度。^②从文中的表述来看，“知识分子”在很大程度上指的是与大众传媒发生密切关系的知识分子。这一系列的文章主要目的在于为“知识分子”正名并以此来反驳知识分子对“知识分子”的批评，即“知识分子”是应市场经济之运而生，他们的出现有其合理性和必然性，在向大众传递知识方面也发挥了实实在在的作用。^③

第三次讨论发生在2006年7月31日，当时的《南方人物周刊》做了一期关于“电视学者明星”的专题。^④这一专题是以易中天成名为背景，对学者通过电视走红进行的一次总结。其中值得注意的文章有两篇，分别是《王鲁湘：导演最怕一根筋》和《陈丹青：也谈学者上电视》，这两位经常在电视上“露脸”的学者旗帜鲜明地表达了对媒体知识分子的支持，王鲁湘认为知识分子有利用媒体为自己获取名利的权力，而陈丹青则以西方一流的知识分子与电视结合为例证，鼓励中国学者利用媒体传播知识与思想。

我认为，对这三次讨论的时间、讨论主体以及他们对媒体知识分子的态度做一个总结是有意义的，我们或许可以从中看到中国媒体知识分子大略的流变过

① 郑也夫提到：“正是被这种伟力所吸引，忍受着嘈杂扰攘，内耗外挫，我还未下定决心离开它。”见《学者与电视》，《南方周末》，1997年1月24日。

② 这7篇文章分别为《向知识分子致敬》、《知识分子的五张面孔》、《知识分子常用语》、《知识分子的武器和外援》、《一个知识分子鲜为人知的日常生活》、《“知识分子”大逼供》以及《知与不知都有力量？》。见《新周刊》，2002年3月1日。

③ 例如《向知识分子致敬》一文中提到：“在中国，雍正皇帝把知识分子出的‘维民所止’考题理解为暗藏‘砍掉雍正头’的险恶用心，普通老百姓也很难知道历史之究竟，但二月河这样的‘知识分子’塑造的雍正皇帝算是给大家上了堂深入浅出的历史课，北大历史系的清史课有1/10000的人听讲就不错了……”

④ 该专题共7篇文章，分别为《电视制造学者明星：易中天成为超女一样红的博导》、《易中天：我已经上了明星的“贼船”》、《谁说我不务正业》、《王鲁湘：导演最怕一根筋》、《余秋雨越炮轰越走红》、《陈丹青：也谈学者上电视》、《英国学者用电视向上帝宣战》和《我反感把电视与学术胡乱嫁接》，见《南方人物周刊》，2006年7月31日。

程。参见下表：

表 1：关于媒体知识分子的三次公开讨论

	与媒体关系	讨论发生的节点	对媒体知识分子的态度
传统知识分子	间离、独立	知识分子与大众媒体初步接触	怀疑、批判
大众媒体		知识分子与大众媒体完成磨合	支持、鼓励
媒体知识分子	介入、合作	知识分子与大众媒体通过合作获得双赢	维护、辩解

1.4.2.2 国内研究媒体知识分子的学术成果

进入 21 世纪，随着知识分子与大众传媒的合作更加紧密，国内学界对于媒体知识分子的探讨也变得更加深入和系统。其中比较重要的文献有陈平原的《大众传媒与现代学术》（《社会科学论坛》，2002 年第 5 期），文章主要讨论了人文学者应当如何处理与大众传媒关系的问题，提出学者介入大众传媒时宜采取“若即若离的态度”。时统宇的《试论“电视知识分子”》（《现代传播》，2003 年第 2 期）则系统介绍了布尔迪厄的“电视知识分子”理论，并试图将这一理论引入到当代中国传媒社会的具体语境之中，对中国的电视知识分子做出初步的探索。李明伟与陈力丹的《教授走进电视直播间的学理追问》（《当代传播》，2004 年第 2 期）对郭五林《教授走进电视直播间的学理思考》（《当代传播》，2003 年第 6 期）一文中的乐观看法提出了质疑，指出“教授是电视台的工具性符号”，并且反对学者把与媒体结合作为成名之道。党生翠的《“公共知识分子”、“传媒知识分子”与“节目专家”——传媒时代知识分子与大众传媒关系探析》（《当代传播》，2006 年第 1 期）结合中国国情，指出了传媒时代知识分子与大众传媒之间存在的三种关系。赵勇的两篇文章，《学者上电视——以〈百家讲坛〉为例》（《文艺争鸣》，2008 年第 1 期）与《从知识分子文化到知道分子文化——大众媒介在文化转型中的作用》（《当代文坛》，2009 年第 2 期）对知识分子与电视结合持批判的态度，认为电视将知识分子转变为“知道分子”，并导致知识分子文化的终结。张建永和林铁的《媒体知识分子与经典的危机》（《文艺评论》，2008 年第 1 期）从一个新的角度进行了探讨，即媒体知识分子通过“审美降解和浅思维解读”将经典变

为了娱乐产品，造成了经典的危机。姜华的《媒介知识分子：关系、角色特征及身份重建》（《新闻大学》，2009 年第 3 期）则将媒介知识分子划分为内部媒介知识分子与外部媒介知识分子，并指出前者的市场化与后者的媒介化导致了媒介知识分子权威性与公信力的下降，只有通过身份重建，才能恢复媒介知识分子的权威性。

除此之外，还有 6 篇与媒体知识分子研究相关的硕士论文，分别是成珊的《知识分子的传媒化生存》（华中科技大学，2004 年），冯洁的《电视媒介中的知识分子话语意义探寻》（中国传媒大学，2006 年），温波的《大众传媒时代知识分子与媒体关系研究》（暨南大学，2007 年），葛亮的《当知识分子遭遇媒介——知识分子媒介化现象探析》（山东大学，2008 年），刘钊的《中国电视知识分子发展现状研究》（西北大学，2008 年），以及张翼飞的《场域理论视角下的中国电视知识分子》（吉林大学，2009 年）。这些论文主要是围绕着“知识分子传媒化”或者“电视知识分子”来展开的。

2 知识分子与媒体知识分子的概念及特征

2.1 知识分子

2.1.1 西方语境下的知识分子

“知识分子”一词起源于西方，经日本人翻译后传入中国，其语义发生了很大程度上的转变，因此，要讨论知识分子的概念与特征，我们不能简单地将“intellectuals”与“知识分子”等同起来，而必须将知识分子一词置于西方与中国的具体语境之中分开阐述。

前面已经提到，“intellectuals”一词起源于法国的德雷福斯事件，他们主要由一批反抗社会不公、具有强烈批判意识的文人、作家和艺术家组成。但时至今日，我们却很难看到一个准确的、能够得到公认的知识分子定义，事实上，知识分子是一个非常复杂且动态的概念，即使是在西方，在不同的时代、不同的地区之间，人们对知识分子的理解都有着很大的区别。当我们查阅西方学者对知识分子的定义时会发现，这些定义中的大多数与其说是“定义”，还不如称之为一种理想化的描述。例如班达是这样描述知识分子的：“我想谈谈这类我称之为‘知识分子’的人，他们的活动本质上不追求实践的目的，只希望在艺术的、科学的或形而上学沉思的活动中获得快乐，简言之，他们旨在拥有非现世的善。”^①萨义德则对知识分子有如下看法：“根据我的定义，知识分子既不是调解者，也不是建立共识者，而是这样一个人：他或她全身投注于批评意识，不愿接受简单的处方、现成的陈腔滥调，或迎合讨好、与人方便地肯定权势者或传统者的说法或作法。不只是被动地不愿意，而是主动地愿意在公众场合这么说。”^②除此之外，也有一部分学者对知识分子进行了较为清晰的定义，例如鲍曼认为“‘知识分子’一词是用来指称一个由不同的职业人士所构建的集合体，其中包括小说家、诗人、艺术家、新闻记者、科学家和其他一些公众人物，这些公众人物通过影响国民思

① 朱利安·班达：《知识分子的背叛》，余碧平译，上海人民出版社，2005年，第78页。

② 萨义德：《知识分子论》，单德兴译，生活·读书·新知三联书店，2002年，第25页。

想、塑造政治领袖的行为来直接干预政治过程，并将此看作他们的道德责任和共同权利。”^①不过，总的来说，我们所看到的多数知识分子定义仍然是模糊且偏描述性质的。

我以为，对于知识分子这一命题而言，很多西方学者关注的问题不在于知识分子是什么，而在于知识分子应该怎么做，他们承担的责任是什么，能发挥什么样的作用。如果要为知识分子的责任引入几个关键词的话，介入与批判应该是最佳选择，从知识分子诞生伊始，这一群体就带有强烈的反叛意识，他们对广泛的社会问题发表看法，批评他们认为的不公现象。跳出本专业的限制，介入到更广阔的公共空间之中，这是区分知识分子与一般脑力劳动者的标志，德布雷对此有过形象的举例：“萨特在出版《词语》的时候是一位作家，但当他主持罗素法庭批判美国入侵越南的时候，他就成为一位知识分子。”^②而批判便是知识分子介入社会的主要方式，例如乔姆斯基认为“知识分子的责任在于说出真相与揭露谎言。”^③萨义德也认为知识分子的主要责任是“对权势说真话”。^④乔氏与萨氏也以实际行动践行着自己的观点，前者对美国政府进行了长达数十年的批评，后者则旗帜鲜明的表达了对巴勒斯坦的支持。不过由于上述两位本身就是著名的知识分子，所以他们对知识分子的批判性是大加肯定的。比较持中的评论是哈维尔，他认为“对整个世界怀有一种兴趣并对它怀有一种强烈的责任感，知识分子经常受到诱惑，企图掌握整个世界，想全面地解释世界，并对世界的各种问题提供普遍的解决办法。”^⑤由此，我们也不难理解在英美文化中，为什么“知识分子”一词长期以来会具有负面的意涵了。^⑥知识分子所自诩的介入与批判，在他人看来却是不切实际与满腹牢骚，艾森豪威尔曾这样形容知识分子：“一个人用比必要的词语更多的词语，来说出比他知道的东西更多的东西。”约翰逊更是不无讽刺：“在街上随便找十来个人，他们对道德和政治问题所提出的观点，很可能与同一层面的知识分子至少一样合乎情理。”^⑦

① 鲍曼：《立法者与阐释者》，洪涛译，上海人民出版社，2000年，第1页。

② 《知识分子与权力——雷吉斯·德布雷北京演讲实录》，《南方周末》，2010年6月10日。

③ Noam Chomsky: The Responsibility of Intellectuals, The New York Review of Books, February 23, 1967.

④ 萨义德：《知识分子论》，单德兴译，生活·读书·新知三联书店，2002年，第6页。

⑤ 哈维尔：《哈维尔文集》（未公开出版），崔卫平等译，2003年，第138页。

⑥ 关于知识分子一词意涵在英文语境中的嬗变，可参考雷蒙·威廉斯：《关键词：文化与社会的词汇》，刘建基译，生活·读书·新知三联书店，2005年，第244-247页。

⑦ 保罗·约翰逊：《知识分子》，杨正润等译，江苏人民出版社，1999年，第469-470页。

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕